

BEYNƏLXALQ RƏQABƏTİN YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN
İNKİŞAFINA TƏSİRİ

S. Ə. İSMAYİLOVA

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

Yüngül sənaye sektorunda müəssisələrinin inkişafına təsir edən amilləri qiymətləndirilərkən ümumi sənaye istehsalındakı pay, ixrac, məşğulluq, investisiyalar, xaricə açıqlıq və makro-iqtisadi sabitlik məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir. Qeyd edilənlər beynəlxalq rəqabət şəraitində ölkənin mövqeyinin möhkəmlənməsinə xidmət edən əsas göstəricilərdir. Beynəlxalq rəqabətin gücləndiyi şəraitdə innovasiyalı texnologiyalardan istifadə etməklə yerli xammalın emalı hesabına yüngül sənaye müəssisələrinin fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması xüsusi önəm kəsb edir.

Açar sözlər: rəqabət, məşğulluq, investisiyalar, ixrac, keyfiyyət, səmərə.

Yüngül sənaye sektorunun müvəffəqiyyətli inkişafı üçün iki ünsürə ehtiyac var: rəqabət və davamlılıq. Dünya və ölkə ehtiyatların tükənməyə başladığı vaxtda, sahib olduğu imkanları və resursları uzun dövrdə səmərəli istifadə edən ölkələrin və müəssisələrin gələcəkdə ən rəqabətli mövqedə olacaqları şübhəsizdir. Bu baxımdan, müəssisələrin gələcəkdə beynəlxalq bazar paylarını qorumaları və artırmaları hədəfə uyğun strategiyaların müəyyənləşdirilməsi və bunların müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsindən birbaşa asılıdır.

Yüngül sənaye sektorunda rəqabət və rəqabət gücü anlayışına müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Rəqabət, dinamik bir amildir və inkişafın qaynağıdır. Yüngül sənaye sektorundakı rəqabət, fərdi məhsul və xidmət təqdim edən həm böyük, həm də kiçik iş sahələrindən ibarət çox sayda alt sektoru ehtiva edən bir struktura malikdir. Bu da, digər sektorlarla müqayisədə yüngül sənaye müəssisələrinin rəqabət gücü əldə etməyin nə qədər çətin və çoxfunksiyalı bir quruluşda olduğunu göstərir (1, səh.87). İstənilən səviyyədə rəqabət gücü əldə etmək üçün, ümumi və xüsusi xidmət qrupları arasında uyğunluq təmin edilməli və onlar istiqamətləndirilməlidir.

İqtisadi ədəbiyyatlardakı "müqayisəli" üstünlüklərdən çox, beynəlxalq rəqabətin qaynağı olaraq "rəqabətli" üstünlüklərə əhəmiyyət verilir. Yüngül sənaye sektoru üçün müqayisəli üstünlük xərc, qiymət, keyfiyyət, moda, marka, imic, dizayn, naxış kimi ünsürlər baxımından mövcuddur. Rəqabətli üstünlük isə infrastruktur, idarəetmənin keyfiyyəti, işçilərin qabiliyyətləri, dövlət siyasəti kimi ünsürlərə əsaslanır. Yüngül sənaye sektorunun rəqabətində, həm müqayisəli və həm də rəqabətli üstünlüklər var, bu özün qloballaşmanın təsiri ilə firmalararası rəqabətdən beynəlxalq rəqabətə qədər müxtəlif formalarda özünü göstərir.

Rəqabətin təyinedici ünsürləri olan yenidən təşkilatlanma, dəyişikliyə uyğunlaşma, xidmət keyfiyyə-

tində mükəmməllik və müştəri məmnuniyyəti kimi anlayışlar, rəqabət gücü əldə edilməsində əsas amillərdir. Bu amillər baxımından hansı nöqtədə və ya səviyyədə olduğunu, rəqib ölkə və müəssisələrlə müqayisədə hansı sahələrdə üstün və zəif cəhətlərin olduğunu bilmək, əvvəldən tədbir görməyə imkan verəcək. Məhz bu nöqtədə müqayisə etmə mövzusu gündəmə gəlir və əhəmiyyətli bir idarəetmə metodu olaraq tətbiq olur. Müqayisə etmə termini "Məhsulları, xidmətləri və tətbiqləri ən güclü rəqiblərlə yaxud sənaye lideri olaraq xarakterizə edilən müəssisələrlə müqayisə ölçmə və inkişaf etdirmə" olaraq təyin olunur. Müqayisə üçün düzgün şərikin seçilməməsi gözlənilən təsirli nəticələrin də əldə edilməsinə mane olan əsas ünsürdür.

Müqayisəetmə yanaşması, qısa müqayisə etmə, fərqi təyin edilməsi və dəyişikliyin idarə olunması prosesində performans üzərinə qurulmuşdur (2, səh.124). Müqayisəetmə hansı müəssisənin niyə uğurlu olduğunu kəşf etməyə istiqamətlənmiş işləri ehtiva edən, təşkilati inkişaf üçün ən yaxşı nümunələrin təmsil edildiyi qəbul edilən məhsulların, xidmətlərin və təşkilatların qiymətləndirilməsini təmin edən sistemli və davamlı bir proses olaraq adlandırılır. Bu mənada o yalnız bir müqayisə fəaliyyəti deyil, keyfiyyətin yüksəldilərək müştəri məmnuniyyətinin və sektorun nüfuzunun artırılmasına səbəb olan bir prosesdir.

Müqayisəetmə tətbiq etməyən təşkilatlar, öz içində qapanmış, güclü və zəif yönlərindən xəbərdar olmayan, müştərilərin istəkləri haqqında az məlumata sahib olan müəssisələrdir. Müqayisəetmə tətbiq edən müəssisələr isə fəal, xaricə yönəlmiş, istehlakçı bazarlarına yaxın, sərhədsiz fikirlərə və yaradıcılığa önəm verən, bazarı məqsədlərinə çatmaq üçün istifadə edən və müştəri istəklərinin fərqiində olan müəssisələrdir. Oxşar vəziyyət sektorlar üçün də mövcuddur. İndiki vaxtda artıq sektorlarda Müqayisəetmə edilir və sektorun inkişafına bu sayədə istiqamət verməyə çalışılır.

Sektor səviyyəsində müqayisə zamanı müvafiq sektor digər sektorlarla müqayisə edilərək bir çox istiqamətdən qiymətləndirilir. Bu zaman keyfiyyət, istehsal imkanları, tədqiqat və işləmə, məhsul inkişaf etdirmə kimi xüsusiyyətlər müqayisə meyarı olaraq ələ alınmaqda və yaxşı işləyən, nümunə ola biləcək sektor və müəssisələrdəki məhsul və xidmətin keyfiyyəti nəzərə alınmaqla məhsul və xidmətlərin inkişaf etdirilməsinə əhəmiyyətli ölçüdə qatqı təmin edilir.

Qeyd edilənlərlə yanaşı yüngül sənaye sektorunda müəssisələrinin inkişafına təsir edən amilləri qiymətləndirilərkən ölkədə hər nəfərə düşən ümumdaxili məhsul, emal sənayesi və ümumi sənaye istehsalındakı pay, ixrac, iqtisadiyyatın təmin etdiyi dəqiq valyuta girişi, məşğulluq, investisiyalar, xaricə açıqlıq və makro-iqtisadi sabitlik məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir. Qeyd edilənlər beynəlxalq rəqabət şəraitində ölkənin mövqeyinin möhkəmlənməsinə xidmət edən əsas göstəricilərdir. Beynəlxalq rəqabətin gücləndiyi şəraitdə innovasiyalı texnologiyalardan istifadə etməklə yerli xammalın emalı hesabına yüngül sənaye müəssisələrinin fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması xüsusi önəm kəsb edir. Respublikamızda xüsusilə pambıq əsaslı istehsalda texnologiya istifadəsi daha yüksəkdir. Pambıq sənayesi iki seqmentə malikdir. Bunlar integrasiya təsislərə sahib şaquli integrasiya içərisində iştirak edən bütün mərhələlərdə olan böyük və kiçik miqyaslı müəssisələrdir. Böyük müəssisələr hazır geyim və ev tekstilində istehsal reallaşdırarkən kiçik biznes ümumiyyətlə tekstil sənayenin alt qrupu olan məhsul tamamlama mərhələsində çalışırlar.

Beynəlxalq bazarda ölkələr rəqabət qabiliyyətli göstəricilərinə görə fərqli mövqedə qərarlaşıb. Bu baxımdan Türk tekstil sənayesi, Avropanın ən böyük tutumuna malikdir. Tekstil sənayesi xüsusilə orta keyfiyyətə sahib məhsulların istehsalında çox geniş bir təcrübə qazanmışdır. Yüngül sənayenin xammal ehtiyacını qarşılayan tekstil sektorunun inkişafı ümumi istehsal sənayesinin inkişafından daha sürətlidir.

Buna baxmayaraq yüngül sənayenin inkişafında bir sıra problemlərin mövcudluğunu görmək mümkündür.

1. İstehsal xərclərindəki artım istehsalda rəqabət imkanlarının məhsul qruplarında azalması və bəzi məhsul qrupları üçün ortadan qalxması.
2. Dünya ticarətindəki sərbəstləşmə və aşağı xərc üstünlüklərinə sahib yeni ölkələrin sektora girməsi ilə xarici bazarlarda ixrac imkanlarının sadə və aşağı qiymət məhsul qruplarında məhdudlaşdırılması və aradan qalxması.
3. Yeni istehsal və rəqabət şərtləri içində yüngül sənaye müəssisələrinin ölkə xaricində istehsala yönəlməsi və istehsal həcmnin bir hissəsinin ölkə xaricinə ixraca başlaması.
4. Yüngül sənaye müəssisələrinin daxili bazara istiqamətli olaraq idxal etmələri, istehsaldan

çəkilmələri və ya azaltmaları ilə ölkə içərisində istehsal edən müəssisələrin tədariklərini azaltmaları və ya sona çatdırması.

5. İxracatda qiymət artımının olmaması və bu səbəblə ixracat artımının istehsal artımına gətirib çıxarmaması.
6. Daxili istehlakdakı artımın müəyyən bir qisminin idxal yolu ilə qarşılanmağa başlaması səbəbi ilə daxili istehlakdakı artımın eyni miqdarda istehsala qayıtmaması.

Yüngül sənaye məhsulları istehsalındakı geriləmənin yavaşlayaraq daha bir dövr davam etməsi və yalnız xərc üstünlüklərinə söykənən istehsal və rəqabətdə israr edən müəssisələrin rəqabət güclərini tamamilə itirmələri sektordan çıxmalarını nəzərdə tutulur (5, səh.118). Bu səbəbdən yalnız istehsal deyil, istehsal imkanlarında da azalması baş verə bilər.

Porter "Millətlərin rəqabət üstünlükləri" adlı kitabında bəzi xalqların nə üçün digərlərindən daha rəqabətçi və bəzi sənayenin niyə digərlərindən daha yüksək rəqabət gücünə sahib olduqlarını analiz edən bir model təklif etmişdir. Bu model milli rəqabət üstünlüyü amillərini təyin edir və Porterin "Almaz Modeli" olaraq adlandırılır.

Model, bir təşkilatın milli quruluşunun beynəlxalq rəqabət gücü əldə etmədə əhəmiyyətli bir rola sahib olduğu tezisində əsaslanır. Porter, bu konseptual yanaşmada xalqların rəqabət üstünlüyünə sahib olduqları sənayelərindəki təyin edici ünsürləri, almazın dəyərindən yola çıxaraq, almaz termini ilə bağlamışdır (3, səh.47).

Porterin modeli milli rəqabət üstünlüyünü dörd qrup altında tədqiq edir: giriş şərtləri, tələb şərtləri, əlaqədar və dəstəkləyici sənayeləri və firma strategiyası və rəqabət.

Bütün bu amillər müəssisələrin özlərini inkişaf etdirdikləri və rəqabət güclərini yüksəldib bir sistem yaradır və bu dörd əsas amil altında baş verən dəyişənləri araşdırırlar. Bu ünsürlər zaman içərisində güclənərək və bir-birlərini gücləndirərək bir sənayenin rəqabət gücünün yüksəlməsində təsirli olur.

Giriş şərtləri, istehsalda istifadə amillərinə istiqamətli olub, işçi qüvvəsinin keyfiyyəti, bacarıqları və xərci, fiziki resursların xərci, keyfiyyəti və bolluğu, məlumat qaynaqları, səhmdar, sektordakı sərmayə qaynaqlarının xərci və miqdarı və bir xalqın infrastruktur keyfiyyəti və istifadəçiyə istiqamətli xərcini təmsil edir.

Tələb şərtləri, bir sənayedəki bazar şərtlərini müəyyən edir: daxili bazarda tələbin vəziyyəti, daxili bazanın böyüklüyü və böyümə meyli, daxili bazanın ölkələrarası əlaqə mexanizmləri, milli məhsul və xidmətlərin xarici bazarlardakı vəziyyəti tələb şərtlərini meydana gətirir. Daxili bazardakı tələbin təbiəti, gələcək alıcıların davranışları haqqında informasiya verir və milli istehsalçılara xarici rəqiblər qarşısında dünya bazarlarında görülən meyllərə qarşı bir erkən

xəbərdarlıq vəzifəsi üstələyir. Beynəlxalq rəqabət daxili bazardakı tələbin əhəmiyyətini azaltmamaq üçün, bir məhsulun daxili bazarının xarici bazarından daha böyük olduğu hallarda yerli firmalar bu məhsula xarici firmalardan daha çox əhəmiyyət verməkdə və bu xüsusiyyət ixrac mərhələsində xarici rəqiblərindən daha yüksək rəqabət gücünə sahib olmalarını şərtləndirir.

Beynəlxalq rəqabət baxımından firmanın strategiyası, strukturu və rəqabət onun daxili və xarici dünyasına istiqamətlənir:

- firmaların idarə və rəqabət etmə üsulları;
- firmaların əldə etmək istədikləri hədəfləri, idarəçi və işçilərinin motivasiyası;
- əlaqədar sənayedəki rəqabət gücü və milli rəqabət mühitinin böyüklüyü (4, səh. 46).

Belə bir şəraitdə dövlətin vəzifəsi rəqabət gücü üzərindəki amilləri qiymətləndirməkdir. Dövlət qanunlar, qaydalar, qoruyucu tədbirlər kimi məsələlərə xüsusi önəm verməlidir. Bu ünsürlər nəzərə alınaraq yüngül sənayenin beynəlxalq rəqabət gücünü meydana gətirən amillər aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir: dövlət müəssisələrinin strukturu, böyük dünya markaları, subsidiyalar, texnologiyadan istifadə, müəssisələrin böyüklüyü və s.

Beynəlxalq rəqabət şəraitində əsas məsələlərdən biri xammalın səmərəli istifadəsidir. Pambıq, ipək, yun və polimer tekstil sənayesindəki əsas xammallardır. Xüsusilə pambıq ən əhəmiyyətli xammaldır və pambıq yüngül sənaye sektorunun rəqabət gücündə təyinedici rola malikdir. Çünki tekstil və hazır geyim sənayesində xammal xərcləri istehsal xərclərinin yarısına bərabərdir və xammal qiymətləri rəqabətdə birbaşa təsirə malikdir. Bu səbəblə global bazarlarda rəqabət xammal qiymətləri ilə birbaşa əlaqəlidir. Azərbaycan əhəmiyyətli bir pambıq istehsalçısıdır. Hazır geyim sənayesində bu xammal üstünlüyü açıqca görülməkdədir. Ölkənin ənənəvi pambıq istehsalı sektoru müsbət istiqamətdə təsir etməkdədir. Ancaq daxili tələb istehsal miqdarını artırırsa, ölkə pambıq üzrə idxalatçıya çevrilə bilər.

Yüngül sənaye müəssisələrində sənaye sıx olaraq maşın istifadəsinə əsaslanır. Ümumi olaraq tekstil sektorunda enerji istifadəsi maşın soyutma, istilik, işıqlandırma kimi sahələrdə elektrik istifadəsi şəklindədir. Tekstil və hazır geyim sənayesi, uzun illərdir yüksək enerji qiymətləri ilə qarşı-qarşıyadır.

Tekstil sektoru son illərdə yaşamış olduğu sıx rəqabət qarşısında böyük nisbətdə mənfəət itkilərinə uğramış, zərər edən müəssisələr bağlanmış, bir qismi isə bağlanmağa üz tutmuşdur. Bu vəziyyət onların öz sərmayələrinin azalmasına gətirib çıxarmış, faizlərin yüksək olması isə kredit istifadə imkanlarını və xərclərini artırmışdır.

Araşdırma göstərir ki, beynəlxalq rəqabət tələb şərtləri ilə də bağlıdır. Tələb şərtlərinin 3 alt dəyişəni var:

Avropalı pərakəndəçilərin satınalma strategiyaları: AB bazarı yüngül sənaye sektorunun əhəmiyyətli bir ixrac hissəsini təşkil edir. AB bazarında yaxınlıq əhəmiyyətli bir anlayışdır və AB bazarına olan yaxınlıq əhəmiyyətli bir üstünlük təmin edir. Ən əhəmiyyətli yaxınlıq amilləri ixtisaslı əmək, ortaq məhsul istehsal qabiliyyəti və bazar malı çıxarma müddətidir.

AB bazarından həddindən artıq asılılıq: AB üzv ölkələri və ABŞ, dünya hazır geyim istehlakçıları olaraq xatırlanırlar və ümumi hazır geyim istehlakının 55% -i bu bölgələrdə reallaşmışdır. Başqa sözlə, AB hazır geyim bazarındakı ən əhəmiyyətli müştəri mövqesindədir. Türk tekstil və hazır geyim sənayesi AB bazarında konsentrasiqları, xüsusilə AB bazarındakı yavaşlama və dayanmalardan Türk tekstil və hazır geyim sənayesi mənfəi istiqamətdə təsirlənir. Bu səbəblə sənayenin fərqli bazarlara da yönəlməsi və Rusiya, Türk Respublikaları və Yaxın Şərqə çıxış qazanması rəqabət gücü baxımından əhəmiyyət kəsb edir.

Beynəlxalq rəqabətdə əsas məsələlərdən biri informasiya texnologiyalarından səmərəli istifadə məsələsidir. İnformasiya texnologiyaları sahəsində mövcud inkişafın ən mühümü internetdir. İnternet vasitəsilə məlumat əldə etmək həm sürətli, həm də asan bir prosesə çevrilir. İnternet texnologiyası marketinq və ünsiyyət sahəsində də yeni qapılar açır.

İnternet birbaşa ünsiyyət imkanı yaratdığı üçün birbaşa marketinq vasitələrindən biri olaraq istifadə edilir, məhsuldan xəbərdar olmaq və satın almaq arasındakı müddət nəzəriyyədə belliklə qısalar. İnternetin beynəlxalq məlumat mənbəyi olaraq artan əhəmiyyəti ilə bərabər, bir marketinq və ticarət vasitəsi olaraq istifadə edilməsi də əhəmiyyət qazanmışdır.

İnkişaf etmiş ölkələr, eyni zamanda internet istifadəçisinin də ən çox olduğu ölkələrdir. Bir ünsiyyət vasitəsi və paylama kanalı olaraq internet, müştərilərin asanlıqla məlumat sahibi olmasını və əhatəli, zaman və lazımlı məlumatı virtual mühitdə rahatlıqla əldə edə bilməsini təmin edir. Digər tərəfdən, internetin ən böyük faydalarından biri, marketinq üçün çox əhəmiyyətli bir mövzu olan, sayta girən insanların elektron iz buraxmasıdır. Beləliklə gələcək müştərilər haqqında, haradan, hansı saat dilimində əlaqəyə girdikləri, saytda nə qədər müddət qaldıqları, hansı səhifələrə baxdıqları və nə satın aldıkları kimi bir çox məlumat əldə edilə bilər.

Belə bir potensial gücə malik internetin aktiv şəkildə istifadə edilməsi və idarə olunması lazımdır. Bu vəziyyətdə internetdə təqdim edilən məlumatın doğruluğu və keyfiyyəti o ölkənin və sektorun ən güclü silahı sayılır. İnternetdə araşdırma edən potensial bir alıcıya təqdim edilən məlumat və bu məlumatın təqdimat şəkli ilə razı sala bilmək çox əhəmiyyətlidir. Həmçinin digər ölkə və müəssisələrin veb saytları ilə müqayisə edəcək olan potensial alıcılar bu müqayisə müəssisələrin verəcəyi xidmət və məhsul təcrübəsinə əsaslanaraq şərh etmək olar.

1. Иванова Е. А. Конкурентоспособности предприятия: учебное пособие. Издательство «Феникс» 2008.-с. 298.
2. Юхина Е. А., Юхин А. С. Гибкость предприятия при управлении изменениями. М. 2014. с. 350.
3. Портер М.Е. Международная конкуренция / пер. с англ. — М.: Международные отношения, 1993.
4. Прохоренко А.А. Легкая промышленность: становление отрасли, оценка состояния и стратегия развития: монография / Самар. гос. техн. ун-т; Поволжский ин-т бизнеса, 2007.
5. Фатхутинов Р.А. Конкурентоспособность в кризисной положение предприятие. Москва, Маркетинг, 2004, с.247.

Влияние международной конкуренции к развитию легкой промышленности

С. А. Исмаилова

Оценивая факторы, которые оказывают влияние на легкой промышленности особое внимание должно быть уделено таким вопросам, как доля в общем производстве отрасли, участия, инвестиций, за границей доступности и макроэкономической стабильности. Вышеуказанные факторы являются основные показатели, влияющие на укрепление позиций страны в международной обстановке конкуренции. В условиях международного развития конкуренции путем использования инновационных технологий в связи с переработкой местного сырья персонала этапе зафиксировано увеличение эффективности деятельности институтов легкой промышленности имеет большое значение.

Ключевые слова: конкуренция, привлечение, инвестиции, экспорт, качество, польза.

The influence of international competition to the development of light industry institutions

S. A. Ismayilova

While assessing the factors having an influence on light industry institutions special attention should be given to the issues like the share in general industry production, engagement, investments, abroad availability and macroeconomic stability. The above-mentioned factors are the main indicators having an impact on strengthening the position of the country in international competition atmosphere. In the condition of international competition development by making use of innovative technologies due to the processing of local raw staff the increasing of the efficiency of activity of light industry institutions is of great importance.

Key words: competition, engagement, investments, export, quality, benefit.

